翻译传播学视域下“网文出海”文化现象研究

谭雅文
（山东外事职业大学，山东 威海 264500）

摘要：【目的】为顺应“一带一路”“文化走出去”的国家合作倡议，文章将在翻译传播学这一新兴交叉学科的理论指导下，以“网文出海”文化现象作为研究对象，【方法】选取备受海外读者追捧的中国网络文学作品及其传播平台为案例，分析中国网络文学在海外的翻译传播过程，【结果】发现在该过程中的各个环节相互作用，共同影响着中国网络文学在海外的翻译传播效果，【结论】因此翻译传播的主体、译者及媒介应遵循充分互动、克服障碍、构建形象三个基本原则来开展中国网络文学的翻译传播行为。文章将从理论上为新兴学科翻译传播学拓展新的研究领域，为中国网络文学的传播研究提供新的研究思路；从实践上以翻译传播的主体、译者和媒介为视角提出改善翻译传播效果的启示，真正让“网文出海”成为中国文化向外传播的成功路径。

关键词：翻译传播学；网络文学；海外传播；走出去；文化认同　**中图分类号：**G203　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2023）04-067-05　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2023.04.014
本文著录格式：谭雅文．翻译传播学视域下“网文出海”文化现象研究 [J]. 中国传媒科技，2023（04）：67-71.

近年来，中国网络文学在海外市场的意外走红，引起了学术界的热烈讨论，这意味着网络文学打破了中国文化向外输出困难的瓶颈，为文化产品的海外传播探索出了一条成功之路。根据《2021 中国网络文学蓝皮书》显示，中国网络文学海外市场规模突破 30 亿元，海外用户达 1.45 亿人，覆盖世界大部分国家和地区。[1] 网络文艺学博士欧阳友权教授总结道，“中国的‘网文出海’成为一种殊为关注的跨文化现象”。[2] 然而，由于独特的中华文化和业余的网文译者，网络文学作品的翻译现状困难重重，译文质量参差不齐；同时，学界对网络作品英译的研究也仍是经验性的，缺乏理论指导，导致中华文化在网文的翻译传播中未能达到令人期待的效果。因此，本文在新兴的翻译传播学的学科理论视角下，以“网文出海”这一文化现象为对象，探究主体、译者、媒介如何提升中国网络文学在海外的翻译传播效果。

1. 翻译传播学的内涵及其对中国网络文学外译的指导性

1.1 翻译传播学理论

翻译传播学作为一门新兴交叉学科，其形成专业的理论知识时间并不长。20 世纪 60 年代，美国语言学家、翻译家尤金・奈达（Eugene Nida）把传播学中信息论、通讯论的研究成果应用并服务于翻译实践活动，首次关注到翻译学与传播学之间的关系。而国内学术界对翻译传播理论的关注与研究稍晚于西方。20 世纪末以来，国内学者相继将传播学理论引入翻译研究，如吕俊、谢柯和廖雪汝、唐卫华、张生祥等学者都赞同“翻译即传播”的说法 [3]，但都始终未能明确翻译传播学的基本内涵。直到近期，《翻译传播十讲》的作者尹飞舟将翻译传播学定义为“研究翻译传播及其规律的科学，是阐释人类使用不同语言符号进行信息传递与交流的知识系统” [4]，并提出了翻译传播 6W 模式：主体→客体 1（原语讯息）→译者→客体 2（译语讯息）→媒介→受体→效果。[5] 该模式中 6 个要素之间的相互作用，构成了翻译传播过程的 4 个环节，即以主体为中心的发起环节、以译者为中心的翻译环节、以媒介为中心的传输环节、以受体为中心的接收环节。本文将从翻译传播的 4 个环节着手，探究主体、译者、媒介如何提升中国网络文学在海外的翻译传播效果。

1.2 网络文学及其外译

20 世纪以来，中国网络文学的翻译与海外传播发展迅速，被北京大学教授张颐武称为“中国在文化领域的第五大发明” [6]，因此文学、翻译、传播等学科的众多学者纷纷开始从事中国网络文学的翻译与海外传播的研究。2013 年，传播学学者杨震将“网络文学”

基金资助：2022 年山东外事职业大学校级重点课题《翻译传播学视阈下中国网络文学的对外文化认同建构研究》（课题编号：2022ZD04）。

定义为“利用互联网平台创作、传播、体现互联网时代社会特性的文学作品”[7]，它与传统文学一样有小说、诗歌、散文等题材之分。而本研究对网络文学的讨论主要以在海外市场传播最为广泛的网络小说作为研究案例。

基于中国知网文献的可视化计量分析工具，中国网络文学的海外传播研究自 2016 年起呈明显增长趋势。截至 2019 年 4 月，中国知网关键词检索结果经人工筛除后共得出 182 篇文献[8]，以期刊、硕士论文为主，内容多以 Wuxiaworld 网站和小说《盘龙》为主，虽然研究视角覆盖了传播内容、传播媒介、传播受众等，但总体上呈现碎片化，未形成成熟的理论体系，仍然需要相对宏观的文化现象研究加以指导。因此，本研究选定“网文出海”的文化现象为研究对象，采用翻译传播学的新兴学科视角，希望为网络文学翻译传播行业的未来发展提供启示。

2. 中国网络文学外译过程的翻译传播学分析

2.1 以主体为中心的发起环节

翻译传播活动第一环节的发起者就是翻译传播主体，创作者从传统的专业作家向不限背景的自由写手转变，数量成倍增长。为最大程度地促进网络文学的传播效果，我国网络文学的翻译传播主体以团体组织为主，如起点中文网、创世中文网等。

翻译传播主体，“是传播行为的责任主体，决定翻译传播内容，确定呈现形式，选择媒介方式，挑选译者并与之互动，提供实施翻译传播所需的条件”。[5]第一，从目前的翻译传播状况来看，武侠、仙侠等题材的作品比较火爆，其历史背景、文化意蕴大多来自中国古典文学和传统文化，因而决定了中国网络文学创作的整体方向，以此来迎合巨大的网文市场。第二，中国蓬勃的经济发展大环境为网络文学提供了成长的土壤，中国网络文学俨然形成了一个比较成熟的 IP 产业链，呈现出多样的产品形式，包括实体书、网络游戏、影视剧、动画动漫等衍生品。第三，“互联网 +”给网络文学的发展带来了巨大的动力，在庞大用户数据、消费习惯跟踪的技术支撑下，实现了“精准的用户定位、消费偏好划分、后期开发预测”[9]，更大程度上促进了中国网络文学的传播。第四，网络文学的翻译模式区别于传统的翻译活动，需要作者、译者、读者之间通过网络平台得到充分互动，才能进行有效翻译。原创作者或原创网文平台作为中国网络文学翻译传播的主体，本可以主动地挑选译者并与之互动，但在实际的翻译传播过程中，大多数原创作者未能得到挑选译者的权利，并及时获取读者的有效反馈。也就是说，该翻译传播活动的主体仅仅参与了整个过程的发起环节，却难以持续参与后续的其他环节。第五，中国网络文学的创作者或原创平台通过自身对网文市场的洞察，开发出大量令读者喜闻乐见的原创内容，传播力极强，的确为实施翻译传播活动提供了所需的条件。

2.2 以译者为中心的翻译环节

译者是翻译传播活动中完成翻译任务的人、机器或者两者相结合，他们将信息从原语言转换到目标语言，可以说是对作品原文的再创作环节。中国网络文学外译之初，其海外译介平台都是由海外读者粉丝自发创建的，具有鲜明的民间特征。[5]例如，Wuxia World（武侠世界）的创始人赖静平和 Gravity Tales（重力故事）的创始人孔雪松最初都是基于兴趣将自主翻译的武侠小说发布到网络平台上与他人分享，却意外吸引了越来越多的海外读者。随着粉丝的爆发式增长和自由译者的自主加入，各大网络平台上都形成了大小不一的民间翻译组。与此同时，这些民间译介平台的成功反映了海外读者对中国网络文学翻译传播的巨大需求，这引起了资本市场的关注，逐渐发展成以翻译平台为中心、有组织性的团队活动——2017 年，阅文集团正式建立了网络文学海外译介门户网站 Webnovel（起点国际），汇总了来自世界各地的自由译者，重新整合了译者资源，一定程度上缓解了译作版权的问题。

“网络的交互性、碎片化以及‘牧游式’阅读，不仅影响了网络文学的创作过程，也决定了其翻译方法与特征”。[10]无论是网络文学外译初期的民间自发的翻译模式，还是后来的资本市场统筹的翻译流程，整个翻译传播过程中的译者与受众都不再呈现单一的线性对立关系，而是更加交互的复杂关系。因此，译者在此过程中有着极大的主体性：一方面，“译者是翻译传播的关键要素，没有译者的参与翻译传播就无法实现”[5]；另一方面，译者可以根据目标语言的社会环境和主流文化，对原作品的内容进行筛选和再加工。

例如：

林雷身体周围猛地震开一片气浪。那气浪地能量竟然将奥夫震地抛飞开去。

The space around Linley trembled violently, unleashing a wave of energy that actually knocked Orloff

flying away.

在这句话中，最引人注目的翻译点是“气浪”。提到这个词，人们会自然而然地想到中国的传统运动——太极拳。事实上，它是中国辩证思维与武术、艺术、中医等学科的完美结合，把中国传统的儒家、道家哲学作为人体运动的核心理念。正是因为它是一种极富东方文化韵味的运动形式，因此西方读者无法深刻理解“气”的深层含义。赖静平译本的独创性就在于对“气浪”这个中文词汇的删除和改写——他并没有解释或直译，直接将“气浪”翻译为“a wave of energy”（一种能量），这完美地避免了目标读者对“气”的困惑。

在网络文学 IP 产业链的发展中，由于译者与翻译传播的主体（即原创作者）可能存在“利益攸关”的连带关系，有时会出现译者与翻译传播主体“重叠”的现象，这很大程度上避免了译者对原作品的内容误解，促使主体和译者之间更融洽地互动。这种情况在日新月异的网文市场上属于个例，无法满足迅速增长的用户需求。然而，翻译传播的“理想译者”是“充分掌握并运用传受双方语言与文化的译者或译者组合”[5]，否则很容易在翻译传播过程中出现“文化折扣”的现象，即“文化产品出口到海外市场后，由于其价值观、信仰等文化差异等因素，不会容易被其他国家的观众所理解”。[11]

例如：

林雷，我告诉你，地系可是地、火、水、风、雷、光明、黑暗等各系中最强大的一系。

Linley，let me tell you，amongst the elements of earth，fire，water，wind，thunder，light，and darkness，earth is the mightiest style of them all.

金、木、水、火、土是物质的五个基本要素，它们相互滋生、相互制约，是道教著名的“五行”理论。中国古代哲学家用这一理论来解释世界万物的形成和关系。显然，小说中所有武术门派都与传统的“五行”理论有关，因此如果译者以逐字逐句的方式翻译这些文化负载词，对外国读者来说是新鲜的但是难以理解的。因此，如果译者使用“直译加注”方法会更好。

2.3 以媒介为中心的传输环节

中国网络文学的翻译传播经过 20 多年的蓬勃发展，凭借“互联网 +”的现代网络技术和“国内文学平台 + 海外翻译平台”的跨国合作模式，已经进入产业化发展阶段，涉及多元的文化产业和社会组织，网络文学 IP 的跨媒介传播已然成为实现不同文化产业领域价值流转和多元演绎的常态化手段。[12]

然而，由于翻译传播媒介的特殊性，目前中国网络文学的外译在传输环节中也存在一系列突出的问题。第一，传播活动的前提是得到作品著作权人的授权。2020 年 5 月，由于阅文集团的霸权条款，不少网络文学签约作家提出“五五断更节”的口号，拒绝写作以示反抗；虽然之后阅文集团对合同进行了修订，但在合同争议条款的背后，双方的冲突并没有就此消失。同时，海外翻译平台上的大多数作品都是由读者自行翻译后上传的，都存在盗版之嫌，起点国际就曾与 Wuxia World 因作品授权问题发生了法律纷争。因此，无论国内网文平台还是海外翻译平台都已经意识到合法获得版权授权的重要性，但目前仍未形成规模效应。[13] 第二，有些翻译传播活动需要相关管理部门的管理和维护。尽管海外国家和中国政府都曾出台保护本国作品版权或网络知识产权的法令，但中国网络文学作品在海外市场中仍难以维权，相关制度或条例比较模糊，版权规定、商业条例等法律内容还需要各级政府进一步完善。

2.4 以受体为中心的接收环节

翻译传播活动的受体是指客体信息的群体性接收者，他们总是不可避免地受到本土的意识形态、传统文化和群体意识的影响。翻译传播过程最终取得何种翻译传播效果直接取决于受体对翻译传播信息的接收程度。根据《2021 中国网络文学蓝皮书》，武侠类、玄幻类是主要的阅读题材，《诡秘之主》《全职高手》等热门作品都有着代入感极强的故事情节，让读者通过阅读获得情感上的满足。[3] 从读者分布地区来看，印度、马来西亚、菲律宾、越南等亚洲国家的受众最多，主要由于地缘接近性和文化相似性让他们更易理解中国网络文学中的文化元素；而北美地区则是第二大受众地区，他们对中国网络文学的追捧则主要源于对异质文化的猎奇心理，经常会产生一些文化上的误解。从用户评价上看，大部分海外读者都对中华文化产生了一定的兴趣，开始深入了解中国功夫、中国料理、中医、中国传统文学、书法等文化内容。

《盘龙》的读者评论：

“Ren thank you for the translations. You did your part in sharing such and epic story，thank you. This was the first web novel or what ever you call it that I’ve read. I’m just a simple man from central Kentucky so me learning Chinses isn’t ever gonna happen so thank you once again for the

translations…"

"任我行（《盘龙》小说的翻译者及 Wuxia World 海外翻译平台的创办者），谢谢你的翻译。你在分享这样一个史诗般的故事时尽了自己的一份力量,谢谢。这是我读过的第一本网络小说。我只是一个来自肯塔基州中部（美国肯塔基州）的普通人，从来没有学过中文，所以再次感谢你的翻译……"

《全职高手》的读者评论：

"This is one of the best novels and the only that I can really enthusiastically delve into. It' s got a lot of Chinese culture in terms of mannerism，language （slang & idioms），and mostly its humor and gaming culture…"

"这是最好的小说之一，也是我唯一能真正热情钻研的小说。它在礼仪、语言（俚语和习语）方面有很多中国文化色彩，尤其是它的幽默和游戏文化……"

3. 目前中国网络文学在海外的翻译传播效果

翻译传播过程中的任何一个环节都不是独立存在的，它们盘根错节，都对最终的翻译传播效果有着不可代替的影响。在翻译传播活动的发起环节中，中国网络文学作品的创作者或创作平台，作为翻译传播的主体，虽然凭借喜闻乐见的作品为翻译传播过程提供了所需的条件，但由于与传统传播过程不同的翻译环节，难以实现自主挑选译者，无法保证译文的准确性；也不能及时与译文读者进行互动，无法得知作品的被接受程度。在翻译环节中，得益于网络化的海外翻译平台和以"读—译—评"为一体的译介过程，译者与读者之间得到了充分的互动，读者甚至可以通过评论直接影响译本的再创作；然而，由于译者群体的民间性特征，译文内容偏差经常导致"文化折扣"现象，极大地影响海外读者对中华文化元素的深刻理解。在传输环节中，"互联网 +"的现代网络技术和资本市场的大力投资让中国网络文学作品呈现出多元的文化形式，但作品版权争议、海外维权等法律问题仍未获得系统的解决方案。在最后的接收环节中，中国网络文学的海外热潮的确让"网文出海"成为传播中华文化的途径之一，让一大批海外读者产生深入了解中华文化元素的兴趣；同时，网络文学中呈现的中华文化仍具有片面性，不加引导容易造成文化误解，更难以建构文化认同。

4. 对中国网络文学外译的启示

通过分析中国网络文学翻译传播的发起、翻译、传播和接收 4 个主要环节，探究中国网络文学在海外的翻译传播现状，可以看到"网文出海"对传播中华文化做出的贡献,但该文化现象也面临着一定的困境。想要达到良好的翻译传播效果，翻译传播过程关键因素的翻译传播行为应遵循充分互动、克服障碍和构建形象三个基本原则。[5]

4.1 主体

根据前文对已发起环节的分析，翻译传播主体必须增强与译者和读者之间的互动：监控翻译环节的实施，掌握接收环节的成效。提前考虑目标读者的年龄、性别、学历、收入、地域、社会文化等相关因素，有针对性地将读者进行市场划分，克服读者的文化障碍和情感障碍，开发创作面向不同读者的原创作品内容；同时，也不能一味地满足目标读者的阅读需求，在喜闻乐见的网络文学中注入中华文化的力量，扎根中国传统文化的内核，有意识地建构良好的文化形象。

4.2 译者

在中国网络文学的翻译传播中，译者或译介平台起着桥梁的作用，但目前漂洋过海的中国网络文学作品仍然存在翻译质量参差不齐的问题。一方面，译者自身需要接受必要的翻译策略培训，提升译文的翻译质量，克服翻译传播的语言障碍，建构积极的作品形象；另一方面，中国网络文学的海外传播离不开资本市场的大量投资，各大译介平台需要建立自己的翻译监控机制，完善翻译行为准则，为主体、译者、读者的充分互动提供条件。

4.3 媒介

"互联网 +"的现代网络技术和资本市场的自主投入为提升中国网络文学的翻译传播效果提供了更多的可能性，我国官方文化机构应顺应中国网络文学的出海热潮，抓住中华文化海外传播的时机，鼓励国内外企业对相关文化产品的大量投资，充分挖掘网络文学 IP 产业的潜力，积极引导各内容产品所呈现的文化内涵，借助"网文出海"的文化现象主动塑造积极的国家形象。同时，为维护我国文化产品在海外市场的权益不受侵犯，我国政府相关部门也需要与别国政府合作交流，建立健全相关法律法规、商业条例，为中华文化的翻译传播活动保驾护航。

参考文献

[1] 中国作家协会网络文学中心 . 2021 中国网络文学蓝皮书

[N]. 央视新闻客户端，2022-08-22（003）.
[2] 欧阳友权 . 中国网络文学海外传播的形态、动力与屏障 [J]. 贵州师范大学学报（社会科学版），2021（6）：115-123.
[3] 黄宇维 . 翻译传播视域下排球新闻汉译研究 [D]. 成都：成都体育学院，2021.
[4] 黄友义 . 及时的专著　新型的课程——评《翻译传播学十讲》[J]. 对外传播，2021（7）：48，71.
[5] 尹飞舟，余承法 . 翻译传播学论纲 [J]. 湘潭大学学报（哲学社会科学版），2020（5）：170-176.
[6] 张颐武 . 网络文学是中国新"第五大发明"[N]. 北京日报，2018.
[7] 杨震 . 国内网络文学发展现状探析 [D]. 重庆：重庆工商大学，2013.
[8] 张雅雯 . 中国网络文学翻译与海外传播研究现状可视化分析（2002-2019）[J]. 东北亚外语研究，2020（4）：71-78.
[9] 吴俊英，张琴 ."互联网 +"模式下网络文学传播及运营模式优化路径 [J]. 西南科技大学学报（哲学社会科学版），2019（3）：77-82+88.
[10] 吴赟，林轶 . 在线协作下的中国网络小说英译 [J]. 小说评论，2022（6）：131-136.
[11] 闫浩 . 跨文化视域下中国网络玄幻小说在英语国家的传播与接受度研究 [D]. 西安：西北大学，2022.
[12] 陆朦朦 . 面向跨媒介消费的网络文学 IP 价值开发优化策略 [J]. 编辑之友，2022（10）：52-57.
[13] 张杰，曾元祥 . 自发·自觉·自主——中国网络文学海外传播的演变及启示 [J]. 中外文化与文论，2021（4）：403-413.

作者简介：谭雅文（1996-），女，山东烟台，助教，研究方向为学术英语、媒体话语。

（责任编辑：张晓婧）

（上接第66页）

发展之中。"

参考文献

[1] 黄欣荣，曹贤平 . 元宇宙的技术本质与哲学意义 [J]. 新疆师范大学学报（哲学社会科学版），2022（3）：119-126.
[2][4] 夏翠娟，铁钟，黄薇 . 元宇宙中的数字记忆："虚拟数字人"的数字记忆概念模型及其应用场景 [J/OL]. 图书馆论坛，http://kns.cnki.net/kcms/detail/44.1306.g2.20220311.1518.002.html，2023（5）:1-9[2023-04-30].
[3] 沈浩 . 中国虚拟数字人影响力指数报告（2021）[R]. 中国传媒大学媒体融合与传播国家重点实验室，2022（1）.
[5] 喻国明 . 虚拟人、元宇宙与主流媒体发展的关键性操作要点 [J]. 媒体融合新观察，2022（1）：4-8.
[6] 李娟 . 元宇宙背景下 AR 与 VR 技术在新媒体的应用及影响探析 [J]. 中国传媒科技，2022（12）：157-160.
[7] 陈昌凤 . 元宇宙：深度媒介化的实践 [J]. 现代出版，2022（2）：19-30.
[8] 李凌，陈昌凤 . 信息个人化转向：算法传播的范式革命和价值风险 [J]. 南京社会科学，2020（10）：101-109.
[9] 宋媛媛，吴垚 . 智媒传播下的媒介伦理再审视 [J]. 视听，2021（9）：192-193.
[10] 顾理平 . 身份识别与复制：智能生物识别技术应用中的隐私保护 [J]. 湖南师范大学社会科学学报，2021（4）：123-130.
[11]AI 算法通过照片识别同性恋准确率超过人类，斯坦福大学研究惹争议 [EB/OL].https：//baijiahao.baidu.com/s?id=1577958888947171921&wfr=spider&for=pc，2017-09-08/2023-03-05.
[12]4 年游戏积分清零　吉林网络游戏第一案浮出水面 [EB/OL].https：//news.sina.com.cn/c/2004-05-12/10253208858.shtml，2004-05-12/2023-03-06.
[13] 雷丽莉，朱硕 . 人工智能生成稿件权利保护问题初探——基于 Dreamwriter 著作权案的分析 [J]. 传媒观察，2022（5）：62-69
[14] 赵丹文 . 浅谈元宇宙及其技术基础 [J]. 中国传媒科技，2022（12）：124-126.
[15] 赵蓓 . 信息失序的背后：社交机器人对网络传播秩序的影响 [J]. 青年记者，2023（2）：23-27.

作者简介：周宇婷（1998-），女，广东汕头，河海大学公共管理学院新闻与传播专业硕士研究生，研究方向为媒介伦理、媒介社会功能。

（责任编辑：张晓婧）